

Tischvorlage für die Strategiesitzung des Forschungsausschusses des Münchner Kreises am 24.09.2010 in Stuttgart.

## **Themenvorschlag für eine Veranstaltung** **„New TV“**

Die IFA 2010 war geprägt von Schlagworten wie 3D TV, HD TV oder Hybrid TV. Hinter all diesen Schlagworten verstecken sich zunächst technologische Innovationen. Der durch die Messeauftritte offensichtliche technische Reifegrad zeigt an, dass es nun an der Zeit ist, darüber nachzudenken, welches der damit verbundenen Geschäftsmodelle sich am Ende durchsetzen wird.

Im Markt für „New TV“ sind TV-Sender, Telekommunikationsanbieter, Content Produzenten, Gerätehersteller und verschiedene Dienstleister aktiv. Ihre „Coopetition“-Formen gilt es unter Berücksichtigung wirtschaftlicher, politischer und regulatorischer Rahmenbedingungen zu bewerten.

Im Rahmen einer Veranstaltung sollten folgende Aspekte betrachtet werden:

- Bewertung möglicher Services und Anbieter unter Berücksichtigung bestehender Produkte und angekündigter Innovationen:
  - IPTV: Internet-basierter TV-Empfang, sowohl für lineares TV, Pay TV als auch interaktive Services. Anbieter sind zumeist Telco Carrier (insb. DTAG Entertainment).
  - HbbTV: Ergänzung des klassischen TV Signals durch Internet Access. Die Kombination erfolgt in der Set Top Box (STB), Anbieter entstehen aus Kooperation zwischen TV-Sendern, STB-Herstellern und IT-Anbietern.
  - Internet TV: Zattoo, Hulu und YouTube als große „Unbekannten“ mit enormem Wachstumspotenzial.
  - Zugangsanbieter (Carrier, CPE Hersteller), Inhalte Anbieter (Sender, Carrier) und Vermarkter (Sender, Online Plattformen) konkurrieren um Marktanteile.
- Betrachtung der Nachfragesituation und Akzeptanz der Angebote:
  - TV-Angebote basieren bisher auf Logik der Werbemärkte und ihrer Zielgruppendefinition (14-49 Jährige).
  - Neue Angebote werden sich an Konsumenten richten, die ein stark online geprägtes Nutzungsverhalten aufweisen (Stichwort „Digital Natives“).
- Regulatorische Rahmenbedingungen und politische Diskussion:
  - Telko-Markt (BNetzA) und Medienbranche (Landesmedienanstalten) sind bereits reguliert. Hier entsteht Abstimmungsbedarf zwischen bisher getrennten Modellen.
  - Aktuelle politische Diskussionen in angrenzenden „neuen“ Bereichen (Bsp. Geodaten / Google Street View, Datenschutz / Facebook) zeigen zugleich Klärungsbedarf und die Notwendigkeit einer umfassenden Meinungsbildung als Grundlage der Gesetzgebung auf.

Die Veranstaltung sollte ein möglichst breites Expertenspektrum aufbieten, um den Mehrwert für alle Beteiligten maximal zu gestalten.

Stephan Köhler, Christoph Hüning